

Se ha ido Richard Hamilton...

14 de Septiembre de 2011



... pero sigue vivo en nuestra biblioteca: ¡consulta nuestros fondos y acércate al arte pop!
En 1957, en plena posguerra europea, [Richard Hamilton](#) escribía en Londres:

"El **Pop Art** es:

Popular (diseñado para un público masivo)

Pasajero (solución a corto plazo)

Desechable (se olvida fácilmente)

De bajo coste

Producido en masa

Joven (dirigido a la juventud)

Ingenioso

Sexy

Astuto publicitariamente

Encantador

Gran negocio

[...] Creo que no estoy seguro de la sinceridad del Pop Art. No es una característica de todo, pero sí de parte del Pop; por lo menos la pseudosinceridad sí que lo es."
[\(Hamilton, Richard. Carta a Peter y Alison Smithson. En: "El Independent Group: la posguerra británica y la estética de la abundancia. Valencia: IVAM, 1990, p. 182\)](#)

"Todo interior es un escenario de anacronismos, un museo con los persistentes residuos de estilos decorativos que todo espacio habitado acumula. Banal o hermoso, exquisito o sórdido, todo interior dice mucho acerca de su propietario, y algo sobre la humanidad en general. Puede ser triste o cálido y conmovedor, ocasionalmente evocador; todo interior cuenta una historia, y lo narrativo puede ser cautivador; alguno incluso proporciona una pequeña lección de apreciación del arte.

[...] El núcleo de todo valor interior se muestra en una pintura o un tapiz en la pared; así queda trastocada la narrativa humana, y un contemplador humano buscará una historia humana en una imagen dentro de la imagen."

[\(Richard Hamilton: exteriores, interiores, objetos, gente. Valencia: IVAM, 1990, p.25\)](#)

"Se puede sostener que el aspecto más importante de su obra es la capacidad para comunicarse a varios niveles, proponiendo una miscelánea de posibilidades a la vez intelectuales, ingeniosas, calculadas e innovadoras."

[\(Whitham, Graham. Richard Hamilton. En: "El Independent Group: la posguerra británica y la estética de la abundancia. Valencia: IVAM, 1990, p. 69\)](#)